

# メンター通信

第53号

発行元

メンターシステム(株)  
TEL059-398-0123  
FAX059-398-0153

## 「売り」の極意教えます。カンプリア宮殿スペシャル

カンプリア宮殿という番組を御存知でしょうか。

3月24日の放送でしたが、営業マン伝説スペシャルで

「売りの極意教えます〜2008年 凄腕営業マン列伝〜」という特番をやっていました。

トヨタのトップセールスが出演するということで楽しみにしていました。

しかもそのセールスが飛び込み訪問が得意ということで、興味津々でビデオをチェックしました。

今は私が営業をした頃に比べると国内需要が落ちていて、自動車業界全体では、一ヶ月で4台が平均的だそうなので、そんな状況の中でトヨタ東京カローラのトップセールス湯浅さんは、売れるときで14台の販売をしているそうです。

15年間で1300台の販売の実績があります。相対して顧客満足度で日本一のディーラーホンダカース中央神奈川の相澤社長も出演されていました。



この会社は訪問営業を一切止めて、来店のみで車を販売しています。2004年には、日本経営品質賞中小規模部門を受賞されています。

さて番組中では、トップセールス湯浅さんが飛び込み訪問を密着取材のシーンがありました。

その中で流石と思った点があります。

一つ目は、目標を明確にしているという点です。

しかも自分が達成できる目標に置き換えていました。

湯浅氏は、新興住宅地を攻略するために何年も前から訪問を仕掛けていました。

通常会社からは、受持ち地域というのを決められますが、この範囲は会社が決めたものですから広すぎます。自分が攻略できる地域というのは、もっと狭くする必要があるようです。

それを自主的に行っていたのです。次に、飛び込み訪問それ自体です。

「多く売っている人ほど断られている数が多いはず」と番組で言われていましたが、断られ方がうまいのです。

『正しい断られ方』というのはいじりいじりいじりかと言いますよ、まず断られる内容です。

「車を買ってください。」という依頼に対して断りを受けたり、この時点でセールスの仕事は終わりです。

ですので、この決定的な断りを如何に受けないかを考えることです。(湯浅さん曰く、なるべく断りを後に持つていこうと言っていました)

「飛び込みセールスは、断られに行くようなもの」と番組でも言っていました、それなら最初は、断られてもよい内容からスタートするしかないので。

番組の例では、チラシを置かせて頂くということだけを第一段階にしています。

2つ目は、断られた後の処理です。

「ヨタですけど」

「うちは、いいですか」

「あっそうですか」

このフレーズで終わったら、どんな優秀なセールスマンでも次は行けません。

セールスマンも人間ですから、強い断りを受ければ落ち込みます。そのストレスを処理する必要があります。

「じゃあ、チラシだけでも置いておきますね。」

このフレーズで終わるのです。

その時その時によって、どのようなフレー

ズかは違いますが、自分自身が次も来れる

ように、そしてお客さんが会ったのを拒む理由をなくす心の処理をしておくことです。

最後は、安いものでも買ってもらおうということです。

番組では数百円の補修用のタッチペンを買って頂いていましたが、これによってお客さんとの心の距離を縮めているのです。

さて、対するホンダカースのやり方ですが、店をサロンのようにしています。

飛び込み訪問営業は一切禁止。その代わりに来店して頂いたお客さんには徹底的に気持ちよくなってもらおう。

店の周り1.5キロを朝全員で掃除して回ったり、女性用のトイレを改善したり常に顧客満足度を上げる工夫をしています。

また社員の評価もお客さんにもらう方法をとっています。

来店して頂いたお客さんにアンケートを書いてもらいその評価で昇給や賞与が決まるということです。



アンケートは、それぞれ接客した人が取ります。

その枚数も評価に入りますので、かなり社員としては厳しい目で見られるところだと思います。

そのシーンを見て私は「これはどちらの方法であっても厳しいのには違いないなあ」と思ったのです。

その時にふと社長の戦略としては、どうなのかなあと考え出してしまいました。

私もこの仕事を始めるにあたり、訪問営業には少々自信を持っていましたが、会社に1人しか居ないのに、一件一件新しいお客さんを探しに訪問なんてとても出来ませんでした。

そんなこともあり、「シェアが40%を超えている強者のトヨタのディーラーと2位のホンダのディーラーでは自ずとやり方は違うのだろう」とそう考えたのです。

経営力を発揮するには、商品力というのがとても重要です。

湯浅氏も言っていました、商品に自信を持っていなければ売れないからです。

これは販売を担当しているものからすれば重要な問題です。

商品力で劣る場合は、その商品力以外のところでカバーする必要



が出てきます。

ホンダカーズさんの場合は、店舗力を強化することでそれを補っているのです。

番組の中で、ホンダカーズの社長が訪問営業は悪く店舗営業だけがよいようなことをおっしゃっていましたが、私は決してそうは思いません。

飛び込み訪問が古いとか、新しいとかではなく自社に合ったやり方がどうかなのだと思います。

社長の仕事の重要なところは、この仕組みを作ることですね。最後に一番気になったのが、お客さんと知り合うきっかけは、どうであれ最終的に100万円以上もするものを個人に販売するには、お客さんから好かれ、気に入られ信頼されなければなりません。

この点については、どちらのやり方であっても必要です。

営業の得意先での5大作業は、

- ① 決定権者との人間関係作り
- ② 得意先の情報を集める
- ③ 商品説明

- ④ 受注の促進と注文の獲得  
⑤ 競争相手の情報を集める

これらのレベルをどう上げるかは別の問題です。

この番組を見て誤解をしているのではないかと思ったのは、訪問営業は社会の敵のような言い方をしていたことです。

悪徳商人や詐欺師の代名詞になってしまつことは、非常に残念です。初めて会うときは、誰でも警戒心があるのは間違いありませんが、それがすなわち悪というのは如何なものかと思ひました。なぜなら、湯浅さんから車を買ったお客さんは、とても満足してテレビに映っていましたから。

皆さんはどのようにお考えですか？

### 参加しなくなった会を復活させる法

私がトヨタのディーラーに勤めているときです。

私は本社営業所に所属していました。そのメンバーは40名ほどでした。

当時私は親睦会の幹事を仰せつかっておりました。

毎月数千円積み立てをしていて、それに会社からの補助を加えて年に1度旅行と忘年会を企画するのがその主な仕事です。

行事に参加しないと積立金を戻すということになっていました。ところが忘年会はまだしも、旅行への参加がドンドン減っていったのです。

そんなこともあり、遂に積立金を返さないという手段に出ました。しかし参加者は増えるどころか不満だけが残ったのです。

結局20名ちょっとの参加でした。

「どうしたものかあ。」

「これは社員旅行への興味がなくなってしまっているのに原因があるに違いない」そう思ったものの参加者が20名ではどうすることも出来ませんでした。

仕方がないので、この旅行で喜んでもらうことだけを考えました。いつもなら道中のバスの中は、飲んだり食ったりだけでしたが、知り合いから、当時流行っていた16分割クイズとか音楽クイズなどを仕入れて往路からやり方を変えたのです。

勿論、宴会でも引き続きゲームをしました。

その結果、帰りのバスの中も大いに盛り上がり参加された20名からは高い評価を得ることができました。

帰ってきてからも、その話題が噂になり参加されなかった人たち



にも伝わったのです。残念ながら私が幹事をしていたときにこれ以上成果を上げることばできませんでした。

たまたま翌年の幹事が私が懇意にしている人だったので、私と打ち合わせをしながら、旅行の企画を進める事ができました。

そこで、みんなが参加したくなるような場所を選ぼうにアドバイスしました。その上で昨年した企画をすれば社員旅行が変わるそう思ったのです。

そうしたらなんと『ディズニールランド』に行きたいというアイデアを持ってきたのです。

ところがディズニールランドとなると入場料なども加算されて予算が足りない。

そんなこともあり、その年の幹事は諦めかけていました。私は当時決裁権のある工場長と交渉することを薦めました。旅費を出るだけ削り、その上で金額をどの程度まで援助してくれるのかを聞き出してくるようアドバイスしたのです。

その結果、夜行バス、宴会無しなら行けるところまでできました。しかし工場長としても宴会がないには納得が出来ず。



もう一つ条件を出してきました。

**それは全員が参加することです。**

そうすれば宴会のお金も会社から出すようにするというのが、そこで幹事と話し合って、まず女性陣を説得するようにしました。女性陣が行くことになったら、若い男性はあつという間に参加明をしてくれました。

残るはちょっと年齢層が高く、いつも参加しない人たちです。

この人たちは、私の担当で一人ひとりの参加をお願いに行きました。その結果ディズニールランドへの社員旅行が実現したのです。

その後私は、その部署を離れ旅行には参加しなくなりましたが、数年たってその部署に配属された女性から聞いた話ですが、「社員旅行は参加するのに決まっていますよ。あんなに面白いもの参加しないなんて」

私は変われば変わるもんだなあと思ったのです。

人を説得して何かやらせようと思えば、口をひらく前に、まず自分にたずねてみるのだ。

「心づすれば、そうしなくなる気持ちを相手に起こさせようことができるかっ」

とは、テールカーネギー著「人を動かす」の文章です。

